Blog amplia relação entre jornalista e leitor

Brasil testa cobertura interativa na eleição presidencial deste ano

Ricardo Fotios

Em 2004, durante a disputa presidencial nos Estados Unidos entre o democrata John Forbes Kerry e o republicano George W. Bush, profissionais de várias tendências optaram pelo blog, até então limitado à condição de diário virtual, para publicar notícias sobre os candidatos. Foi a primeira vez que a ferramenta interativa aparecia como alternativa relevante às meras reproduções de jornais e revistas na internet. Nas eleições deste ano, o Brasil vai experimentar o formato em grande escala, com enxurradas de blogs políticos escorrendo pela rede nacional de computadores. Junto com a experiência, jornalistas poderão comprovar a dor e a alegria de ter ao alcance do *mouse* a opinião de milhares de leitores, sempre ávidos por fofocas de bastidores e notícias em primeira mão.

Durante toda a campanha política daquele ano nos EUA, foram os blogs que trouxeram as informações em cima da hora, numa união profissional/leitor inusitada. Enquanto dezenas de jornalistas norte-americanos publicavam notas e artigos, outros milhares de leitores as complementavam, questionavam, aplaudiam ou execravam através da ferramenta de comentários, disponívem em todo blog que se preze. Tudo ao mesmo tempo, numa rapidez de "feedback" nunca vista no jornalismo. Mais que isso, os blogs e seus comentários viraram fonte barata para diversas mídias, uma espécie de "agência de notícias" informal e, muitas vezes, de credibilidade discutível.

Foto: Ana Araújo/Divulgação



Ricardo Noblat: rede de blogueiros deve cobrir todo o país nas eleições

Pioneirismo - No mesmo ano da eleição que deu o segundo mandato a Bush, começou a funcionar no Brasil o primeiro blog explicitamente político. Meio que por acaso e sem grandes expectativas, o jornalista Ricardo Noblat, então colunista do carioca *O Dia*, decidiu montar um blog para "desovar" notas que não encontravam espaço em sua coluna, que era publicada aos domingos. Era março de 2004 e ele não sabia exatamente qual a função da nova ferramenta. Três meses depois, a coluna no jornal impresso acabou. "Pensei que ninguém mais fosse ler as notas no blog também, afinal, eu achava que aquilo era um apêndice da coluna do jornal. Mas acabei cobrindo as eleições municipais vasculhando jornais regionais e apurando fatos com meus contatos e me mantive atuante, não tinha idéia de audiência", lembra Noblat, que pretende fazer uma cobertura ambiciosa das eleições deste ano, incluindo parceiros regionais e criando uma espécie de rede de blogueiros.

"Àquela época, era muito difícil fazer as fontes entenderem o meu trabalho, o que era blog. Um dia, Sarney (senador José Sarney) me chamou para um almoço. Pensei que era para me dar uma informação sobre as eleições e fui correndo. Passamos o almoço todo falando de blog. Ele queria só que eu explicasse o que era essa ferramenta, como funcionava", conta o jornalista, que agora é blogueiro do jornal *O Estado de S.Paulo*. Dos tempos das vacas magras do trabalho independente para a atual profissionalização do formato, Noblat ganhou dois repórteres e colocou monitores para acompanhar os comentários, já que alguns leitores abusam da liberdade de participar da notícia do blog.

> ***"blogueiro tem a tarefa de construir sua credibilidade. Quem já tem uma trajetória se beneficia disso"***

Com a experiência bem sucedida de Noblat, a internet se tornou objeto do desejo de muitos profissionais, seja pela ansiedade de divulgar

informações, seja pela independência de poder criar seu próprio espaço de idéias. No mesmo ano da estréia de Noblat, em agosto, Cláudio de Oliveira, formado em jornalismo e pós-graduado em artes gráficas, também entrou no espaço virtual para publicar a notícia de outra forma. Chargista do jornal *Agora S.Paulo*, Cláudio decidiu contribuir com imagens para a informação e a memória dos leitores.

"Como gosto de política, aproveito para também dar alguns pitacos. Coloco as charges publicadas no *Agora* e também algumas inéditas feitas especialmente para o blog. Às vezes, entram os esboços de algumas idéias que sobraram naquele dia. E também charges antigas", explica. Diferentemente do atual blog do colega do *Estadão*, a página de Cláudio não tem vínculo com a empresa para a qual trabalha e deve ter uma orientação mais opinativa nas eleições deste ano. "Pretendo escrever mais textos e provocar mais os candidatos quanto aos seus programas, propostas, alianças etc", adianta.

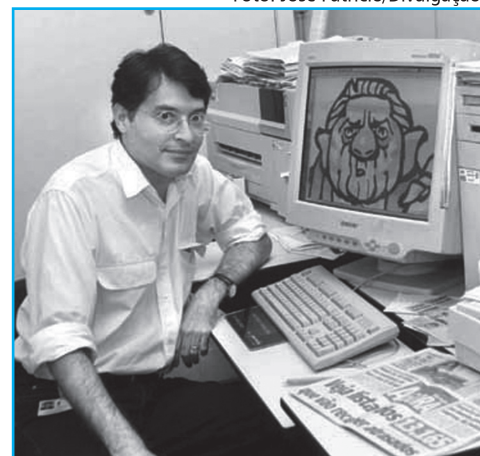
De tão simples e eficaz, a forma de publicar notícias via blogs acertou os interesses dos internautas na mosca. Endrico Ramos, de 29 anos, acostumou-se a ler as notícias primeiro nos blogs, depois procura informações adicionais em artigos e reportagens da própria internet. "Os textos publicados em jornais e na internet têm o mesmo formato, para mim dá na mesma. Mas os blogs são realmente diferentes. Além de a gente poder interagir rapidamente, acrescentando informações ao que foi publicado ou mesmo discordando do colunista, tem também a questão da linguagem, que é bem popular, mais fácil de enteder", avalia Ramos, que se preocupa em conhecer quem escreve no blog para não comprar gato por lebre. Para outro leitor assíduo de blogs, o veterano internauta "Nosense", que prefere ser identificado pelo pseudônimo e diz ter "mais de 40 anos e menos de 50", é preciso pesquisar sobre o blogueiro antes de aderir a sua página. "Tem de tudo na internet. A gente pode facilmente acreditar numa notícia e ela não ter o menor respaldo na vida real", reclama, com razão.

> **"A gente pode acreditar numa notícia e ela não ter o menor respaldo na vida real"**

Pés pelas mãos - Quem não se lembra do fiasco na apuração dos votos na eleição presidencial dos Estados Unidos, em novembro de 2004? Muita gente importante foi à TV parabenizar Kerry, tido como o novo presidente, baseados em informações que se espalhavam como fogo em capim seco pelos blogs políticos. A notícia, como bem sabemos agora, não era verdadeira. Bush foi reeleito com margem pequena de votos, é verdade, e os meios de comunicação que deram como certo o contrário, correram para desmentir as notas.

A trapalhada virou tema de discussão acadêmica. Muitos saíram em defesa da "nova mídia". Outros tantos queriam condenar a prática do jornalismo via blog. Um dos artigos mais comentados à época foi escrito por Jay Rosen, diretor da New York University e professor de crítica da mídia. No texto, Rosen confronta blogs e jornalismo, claramente dizendo que um não é outro e vice-versa. Seu artigo ecoou pelos quatro cantos do mundo naquele momento em que todos se perguntavam qual teria sido o problema que redundou na reeleição de Bush. Mas essa culpa, certamente, não pesa sobre os *bytes* dos blogs. A conversa, agora, não é mais se a ferramenta serve para informar, cuja resposta positiva pode ser comprovada pelo crescente número de estréias de blogs "oficiais", mas sim qual a qualidade dessa informação estantânea.

Foto: José Patrício/Divulgação



Cláudio de Oliveira: charges atuais e antigas para opinar sobre política

Para Ricardo Noblat, o blogueiro tem a tarefa de "construir sua credibilidade" e, assim, conquistar a confiança e, consequentemente, a audiência do leitor. "Eu acho que quem já tem uma trajetória na profissão se beneficia disso. Mas quem está começando vai esbarrar nessa questão, com certeza", opina. O chargista Cláudio de Oliveira também debita da conta do próprio blogueiro a função de conquistar o leitor. "O jornalista talvez tenha um pouco mais de agilidade para passar a informação ao público em seus blogs. Mas ele deve ter a mesma responsabilidade na apuração, checar a informação, as fontes", conclui.

Ao contrário do que acontece dentro das grandes empresas, no mundo dos blogs quem tem que manter a peteca no ar é o próprio profissional e não a mídia que o contratou ou que cedeu a ferramenta interativa. Um equívoco publicado em um blog pega mal diretamente para quem o escreveu. É uma espécie de personalização da profissão, que há muito tinha saído da moda e que agora busca tomar seu devido espaço em meio ao caos virtual.

Jornalista quer formar rede de blogueiros

Reunir blogueiros de várias localidades do país é a atual ambição de Ricardo Noblat. Sua idéia é engrossar a cobertura das eleições de outubro com a participação de colegas, que trariam as notícias dos estados, enquanto ele próprio se concentraria na movimentação política entre os candidatos à Presidência.

"Penso que seria algo muito interessante, já que eu poderia chamar no meu blog as notas das disputas estaduais, com os devidos crédito e link para os blogueiros regionais", explica Noblat. Na prática, o que o jornalista terá, se concretizado o projeto, é um portal de blogs políticos, o que inclui a participação de milhares de leitores de todo o país, já que a área de comentários públicos é a fina flor do jardim virtual. Mas assim como acontece na política, um eventual descuido de parceiros regionais pode afetar a credibilidade de toda a rede de blogs.

"Esta é a parte mais difícil: ter a certeza de que todos os blogueiros agirão de forma independente, sem rabo-preso com políticos locais", avalia Noblat.

Para garantir essa independência na cobertura, o jornalista está pesquisando a trajetória profissional dos candidatos a parceiros e só dará espaço a notícias de quem tem, comprovadamente, compromisso com o bom jornalismo, sem partidarismo, portanto. (RF)

Para a lei, internet não é "Velho Oeste"

Considerada terra de ninguém por muitos, a internet reúne toda sorte de conteúdo. Estudo do site especializado Technorati, divulgado em abril, mostra que a blogosfera cresceu 60 vezes em três anos. Já existem mais de 35 milhões de blogs no mundo com cerca de 50 mil atualizações por hora. No meio desse turbilhão de informações, há desde artigos com notícias devidamente checadas à inverdades divulgadas como fatos. Há muito tempo caiu por terra a lógica do "Velho Oeste" virtual, em que cada um pode fazer sua própria lei. No caso específico da informação jornalística, tudo que é publicado na Web tem respaldo jurídico, tanto para quem lê quanto para quem escreve os textos.

Existem hoje dois grandes grupos de blogueiros em ação na internet: os profissionais, contratados ou não por veículos de comunicação, e os amadores, que mantém seus diários noticiosos por amor à camisa. Para Silvia Neli dos Anjos Pinto, advogada do Sindicado dos Jornalistas de São Paulo, a primeira categoria tem a seu lado a mesma jurisdição que norteia o exercício da profissão nos demais meios, tanto no que diz respeito aos direitos quanto aos deveres. Já os amadores, evidentemente, não são protegidos pelo decreto que regulamenta a atividade, mas podem sofrer sanções jurídicas quanto à responsabilidade sobre o que escrevem.

"Quando alguém sem vínculo trabalhista com o veículo que fornece a ferramenta de publicação do blog fere as leis vigentes em seu diário online responde sozinho por uma eventual ação. O portal ou provedor de conteúdo, no máximo, será intimado a quebrar o sigilo da conta do usuário ou assinante e fornecer os dados à justiça", explica Silvia.

Mas no bang-bang virtual, que visa a audiência acima de tudo , há serviços de internet que usam notícias de blogs para formar o apanhado de notas oferecidas como chamadas em sua página de entrada ou, ainda, em home pages internas do portal. Nestes casos, tanto o blogueiro quanto o portal têm responsabilidade pelo conteúdo, como explica Manuel Joaquim Pereira dos Santos, formado em jornalismo e advogado.

"Ao pinçar em um blog específico uma nota e transformá-la em chamadas, entendo que o portal assumiu a divulgação daquela informação, podendo ser objeto de processo, bem como o responsável pelo blog", afirma o advogado, que acumula a função de presidente da ABDA - Associação Brasileira de Direitos Autorais. (RF)

Fotos: Cláudio Tostes/ Divulgação



Mario Lima Cavalcanti: internet devolve o crédito aos autores da notícia

"Ferramenta personaliza a notícia"

O serviço informativo via blog tem alterado a posição do jornalista no mercado. Mesmo quando têm uma empresa por trás da publicação, aos blogueiros são creditados o ônus e o bônus de uma informação. É a volta da personalização da notícia, tradicional até meados dos anos 1970 em qualquer mídia, e que cedeu espaço à "grife" do veículo, especialmente nos impressos.

Para Mario Lima Cavalcanti, especialista em jornalismo digital, desde o surgimento da internet comercial no país, entre 1995 e 1996, profissionais ensaiam maneiras de tomar as rédeas da informação. "Antes da popularização dos blogs, jornalistas já buscavam formas de divulgar seus pensamentos dentro do meio online, através de *newsletters*, de páginas pessoais. Já existia o conceito de canal de notícias alternativo, independente", lembra o colunista do portal *Comunique-se*.

Foi exatamente pensando em oferecer o desejado espaço aos profissionais da comunicação que, em fevereiro de 2000, Mario criou a lista de discussões *Jornalistas da Web* (JW), primeira publicação virtual brasileira sobre a atividade online. Atualmente, a comunidade reúne mais de 1.600 membros que trocam idéias via e-mail. Mas neste clube só entram profissionais. Leitores e interessados em notícias têm mesmo que recorrer aos blogs. (RF)

Do privado ao público

Quem pretende transformar seu diário virtual num blog jornalístico deve, antes de tudo, respeitar a ética e as normas da profissão. Além do cuidado com a apuração e com a veracidade dos fatos, o blogueiro deve observar algumas dicas específicas:

- Atualize a página regularmente: não há nada mais frustrante do que ler uma notícia velha já na abertura do blog.
- Não fale de assuntos particulares. Misturar intimidades com notícias só vai confundir e espantar leitores
- Opine com parcimônia: varie entre informação e opinião. Blogs exageradamente opinativos viram panfletos e afastam o leitor médio.
- Seja informal: escrever para a internet é como se você estivesse falando diretamente com o leitor. Prefira a linguagem coloquial, mas nunca faça uso daqueles símbolos impronunciáveis que povoam a rede nem utilize abreviações como "vc", "abs", "tc" etc.